



Ansiedlungserfolg der Greater Zurich Area AG im Zeitraum 2014-2017 sowie 2009-2017

1. Dezember 2018



Management Summary

Aufgabenstellung

Dieser Bericht enthält eine Analyse und Kommentierung der Ansiedlungsaktivitäten der Standortmarketingorganisation Greater Zurich Area AG (GZA) in Zusammenarbeit mit ihren Partnern der Wirtschafts- bzw. Standortförderungsstellen der Kantone Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Solothurn, Schwyz, Uri, Zug und Zürich sowie der Region Winterthur und der Stadt Zürich. Ein solcher Bericht wird bereits zum zweiten Mal nach 2014 nun für die Periode 2014-2017 erstellt. Zusätzlich enthält der vorliegende Bericht auch ausgewählte Vergleiche zur Vorperiode 2009-2013 sowie weiterführende Analysen und Auswertungen für die kombinierte Periode 2009-2017.

Kernaussagen

Erfolgreiche Tätigkeit der GZA

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die von der GZA und ihren Partnern (Mitgliedskantone und -städte) durchgeführten Standortmarketingaktivitäten in den vergangenen Jahren positiv zur qualitativen und nachhaltigen Entwicklung der wichtigsten Metropolitanregion der Schweiz beigetragen haben. Insbesondere die GZA selbst hat durch proaktives Standortmarketing gezielt Unternehmen aus verschiedenen Zielmärkten und Fokus-Branchen sowie weiteren Branchen angesiedelt und damit nachhaltig Arbeitsplätze und Steuersubstrat geschaffen.

Nachhaltiger Ansiedlungserfolg

Im vierjährigen Zeitraum 2014-2017 wurden durch die GZA in Zusammenarbeit mit ihren Partnern bei den Standortkantonen 369 Unternehmen in der Greater Zurich Area angesiedelt. Von diesen Firmen sind per Ende 2017 immer noch 342 oder rund 92% in der Greater Zurich Area domiziliert. Dies darf als nachhaltiger Ansiedlungserfolg bezeichnet werden.

Die durchschnittliche Anzahl Ansiedlungen pro Jahr ist trotz jährlicher Schwankungen und eines im Allgemeinen für das Standortmarketing anspruchsvoller gewordenen Umfelds mit 92.3 Unternehmen pro Jahr für die Berichtsperiode im Vergleich zur Vorperiode (93.2 Unternehmen pro Jahr) relativ stabil geblieben. Ein Indiz für das anspruchsvollere Umfeld sind die gesunkenen Foreign Direct Investments (FDIs) in der Schweiz im Zeitraum 2014-2017 und der gleichzeitig stark steigenden FDIs in anderen europäischen Ländern¹.

Schaffung von Arbeitsstellen

Die im vierjährigen Zeitraum 2014-2017 neu angesiedelten Unternehmen haben 2'212 Arbeitsstellen geschaffen (Stand per Ende 2017). Dies entspricht im

¹ EY, 2018: Standort Schweiz 2018, Ausländische Direktinvestitionen 2007-2017

Durchschnitt 553 Arbeitsplätzen pro Jahr und hat sich - wie weiter unten gezeigt wird - sowohl quantitativ als auch qualitativ positiv auf das Wachstum in der Greater Zurich Area ausgewirkt. Dabei nicht eingerechnet ist das indirekte Stellenwachstum, welches sich dadurch ergibt, dass neu angesiedelte Unternehmen in ihrem Ökosystem mit Zulieferern, Partnern und Kunden weitere Stellen schaffen, respektive Arbeitsplätze sichern.

Die in der fünfjährigen Vorperiode 2009-2013 neu angesiedelten Unternehmen schufen - wie im ersten Bericht von 2014 dargelegt - 4'157 Arbeitsstellen (Stand per Ende 2013). Dies entspricht einem Durchschnitt von 831 Arbeitsplätzen pro Jahr (bzw. 610 Arbeitsplätzen pro Jahr ohne Berücksichtigung des ausserordentlichen Jahrs 2009). Haupttreiber für den Unterschied zur Berichtsperiode waren eine aussergewöhnlich hohe Anzahl geschaffener Stellen im Jahr 2009, die um ein Jahr kürzere Bemessungsperiode sowie ein in der Berichtsperiode anspruchsvoller gewordenes internationales Umfeld für das Standortmarketing im Allgemeinen.

Bemerkenswert ist, dass die 4'157 Arbeitsstellen aus der Vorperiode in der Berichtsperiode netto noch einmal um rund 25% anwuchsen und dadurch 1'054 zusätzliche Arbeitsstellen geschaffen wurden.

Per Ende 2017 wurden für die in der neunjährigen Periode 2009-2017 in der GZA angesiedelten Unternehmen netto 7'423 Vollzeitstellen gemeldet, das bedeutet im Durchschnitt für jedes aktive Unternehmen 11.5 Vollzeitstellen.

Per Ende 2017 beschäftigten die im Betrachtungszeitraum 2014-2017 angesiedelten Unternehmen 36 Lehrlinge, im Vergleich zu 11 Lehrlingen per Ende 2013 aus den in der Vorperiode 2009-2013 angesiedelten Unternehmen.

Bemerkenswerte Internationalität der angesiedelten Unternehmensfunktionen

Die angesiedelten Unternehmen wurden per Ende 2017 (erstmalig) gefragt, welche Unternehmensfunktionen sie in der Greater Zurich Area ausüben und welches geographische Aktivitätsspektrum sie haben. Dabei wurde einerseits ersichtlich, dass *Verkauf und Marketing* sowie *Corporate Functions* mit 46% bzw. 42% Nennungen die am häufigsten genannten Unternehmensfunktionen sind (Mehrfachnennungen waren möglich).

Andererseits haben über 80% der angesiedelten Unternehmen ein geographisches Aktivitätsspektrum, das über die Schweiz hinausgeht. In 58% der Fälle gehen die Aktivitäten sogar über Europa hinaus. Damit schöpfen die neu angesiedelten Unternehmen einen bedeutenden volkswirtschaftlichen Beitrag für die Metropolitanregion Greater Zurich Area von ausserhalb der Schweiz und erhöhen so auch die internationale Wettbewerbsfähigkeit des ganzen Wirtschaftsraums.

Eine höhere Internationalität der Unternehmen treibt zudem in der Regel das Anforderungsprofil der Mitarbeitenden und damit das durchschnittliche Lohnniveau, was sich wiederum positiv auf das geschaffene Steuersubstrat auswirkt.

Substanzielle Steuererträge

Die genannten Neuansiedlungen haben dem Wirtschaftsraum Greater Zurich Area innerhalb der Zeitperiode 2014-2017 Steuererträge (Individualsteuern auf Einkommen und Vermögen sowie Unternehmenssteuern; ohne Bundessteuern) in der Höhe von rund CHF 55 Mio. gebracht; das sind pro Ansiedlung im Durchschnitt rund CHF 150'000 an Steuererträgen. Im Rahmen des Vorsichtsprinzips wurde dabei ein geschätzter Abfluss von 17% des Steuersubstrats durch Mitarbeitende mit Wohnsitz in Kantonen ausserhalb der Greater Zurich Area berücksichtigt bzw. abgezogen. Nicht berücksichtigt sind positive Effekte der interkantonalen Wertschöpfung durch indirekt geschaffenes Steuersubstrat im jeweiligen Ökosystem (Kunden, Arbeitnehmende, Dienstleistungserbringer, Partner, Zulieferer etc.) des Unternehmens. Ebenfalls nicht berücksichtigt sind in dieser Rechnung die zusätzlichen Steuereinnahmen aus dem Wachstum der Anzahl Mitarbeitenden der angesiedelten Unternehmen aus der Vorperiode.

Verhältnis von Steuererträgen und anrechenbaren Kosten

Für das Standortmarketing der Greater Zurich Area entstanden der GZA und ihren kantonalen bzw. städtischen Partnern in der Berichtsperiode 2014-2017 geschätzte direkt zurechenbare Gesamtkosten von rund CHF 28 Mio. Ein Teil dieser Kosten hat Investitionscharakter, weil ein zukünftiger Nutzen über die Berichtsperiode hinaus abgeleitet werden kann (z.B. Unternehmensansiedlungen in einem Folgejahr).

Stellt man die geschätzten Steuererträge der in der Berichtsperiode 2014-2017 neu angesiedelten Unternehmen und ihren Mitarbeitenden den genannten Gesamtkosten gegenüber, weist die GZA zusammen mit ihren öffentlichen Partnern eine positive Bilanz auf: Gesamtkosten in der Höhe von rund CHF 28 Mio. stehen vorsichtig geschätzten Steuererträgen für den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area von rund CHF 55 Mio. gegenüber.

Für die kombinierte Periode 2009-2017 stehen Gesamtkosten der öffentlichen Hand von rund CHF 59 Mio. Steuererträgen von rund CHF 356 Mio. gegenüber, was mittelfristig für jeden investierten Franken rund 6 Franken an Steuererträgen bedeutet. Die jeweilige Dauer der Betrachtungsperiode sowie die Variabilität bei der jährlich neu geschaffenen Anzahl Arbeitsplätze sind die Haupttreiber des unterschiedlichen Ertrags-/Kostenverhältnisses.

Charakteristik eines „typischen“ neu angesiedelten Unternehmens

EY hat aus der vorliegenden neunjährigen Datenreihe durch statistische Analyse ein typologisches «Durchschnittsunternehmen» abgeleitet, welches in der Greater Zurich Area neu angesiedelt wird. Dieses beschäftigt typischerweise am Ende des ersten Jahres nach der Ansiedlung 6.3 Mitarbeitende und wächst pro Jahr um einen Mitarbeitenden. Ein solches Durchschnittsunternehmen deckt bereits nach einem Jahr mit Steuererträgen von CHF 71'800 die durchschnittlich pro Unternehmen anfallenden Kosten einer Ansiedlung von CHF 71'500. Jedes weitere Jahr der Existenz des Unternehmens, das in der Greater Zurich Area verbleibt, verbessert also das Ertrags-/Kostenverhältnis substantziell, weil keine weiteren Ansiedlungskosten anfallen.

Qualitative Wertschöpfung durch wirtschaftlichen Strukturwandel

Gemäss Strategie der GZA dient das Standortmarketing im Ausland nicht primär dem quantitativen Wachstum der Greater Zurich Area, sondern unterstützt vielmehr den wirtschaftlichen Strukturwandel durch die nachhaltige Ansiedlung innovativer Unternehmen in der Region (qualitatives Standortmarketing). Unternehmen mit innovativem Knowhow oder neuen Technologien fördern die Entwicklung von ganzen Ökosystemen mit Zulieferern, Partnern und Kunden, was aus Synergiegründen wiederum weitere Ansiedlungen von Unternehmen mit ähnlichem Produkt- oder Dienstleistungsfokus nach sich zieht. Die Erfahrung der letzten Jahre zeigt, dass auch die Ansiedlung von sogenannten „Landmark-Brands“ (z.B. Google, Huawei, Yuneec, Biogen etc.) dazu geführt hat, dass sich weitere ausländische Unternehmen für den Standort innerhalb der Greater Zurich Area entschieden haben. Durch Spin-offs oder Akquisitionen wurde und wird der wirtschaftliche Strukturwandel zudem weiter positiv verstärkt.

Bedeutung des direkten Anwerbens in den Zielmärkten

Die Anzahl angesiedelter Unternehmen, die aus den in der GZA-Strategie definierten Zielmärkten und den gewählten Fokus-Technologien und -Branchen stammen und über eine aktive Marktbearbeitung (d.h. direktes Anwerben oder Empfehlung über aktiv aufgebaute Netzwerke und Multiplikatoren) akquiriert wurden, hat im Zeitraum 2009-2017 kontinuierlich zugenommen. Gleichzeitig reduzierte sich der relative Anteil neu angesiedelter Unternehmen über direkte Firmenanfragen. Die Vermittlung von Unternehmen durch die nationale Standortpromotion Switzerland Global Enterprise (S-GE) spielte bei den hier erfassten Ansiedlungen über den gesamten Betrachtungszeitraum eine eher untergeordnete Rolle.

Diese Entwicklung widerspiegelt die zunehmende Bedeutung und den Erfolg der durch die GZA verfolgten proaktiven Ansiedlungsstrategie. Sie ist auch ein starkes Indiz dafür, dass viele der angesiedelten Unternehmen ohne das Standortmarketing der GZA und ihrer Partner nicht in die Greater Zurich Area gezogen wären.

Metropolitanregionen stehen im Wettbewerb

Im internationalen Standortwettbewerb stehen zunehmend Metropolitanregionen untereinander im Wettbewerb, d.h. aus dem Länderwettbewerb für Unternehmensansiedlungen und FDIs (z.B. Deutschland gegen die Schweiz) ist ein Wettbewerb der Metropolitanregionen (z.B. Region Amsterdam gegen Region München gegen Greater Zurich Area) geworden. Dieser Trend, gekoppelt mit den sowohl im Dreijahres- wie auch im Zehnjahresvergleich rückläufigen FDIs in der Schweiz², verlangt nach einer kontinuierlichen Schärfung der Argumente und Verstärkung der Mittel im Standortmarketing, um in diesem Umfeld bestehen zu können.

Verstärkter Fokus auf Technologiefelder

Nachhaltiges, auf qualitativen Strukturwandel ausgerichtetes Standortmarketing sollte auf diejenigen Technologie-Cluster fokussieren, die den grössten Multiplikatoreffekt in ihrem Ökosystem versprechen. Bei der von der GZA gewählten Technologie- und Branchen-Fokussierung auf Biotechnologie, Medtech, High-Tech und Information & Communication Technology (ICT) stellen wir einen solchen Multiplikatoreffekt fest. Zukünftig könnte der Technologiefokus anstelle des Branchenfokus noch stärker in den Vordergrund rücken, da Technologiekenntnisse bei hochqualifizierten Mitarbeitenden eine universellere und breitere Verwendbarkeit haben als reine Branchenkenntnisse und damit den Mitarbeitenden im Arbeitsmarkt wertvoller machen. Dadurch, dass die Greater Zurich Area gezielt auf die Ansiedlung von solch vielversprechender Technologiekompetenz setzt, wird der Standort bezüglich Innovationskraft, Arbeitskräfte-Pool und Wachstumspotential nachhaltig gestärkt.

Proaktives Standortmarketing noch wichtiger

In den nächsten ein bis zwei Jahren stehen auf nationaler Ebene mehrere wirtschaftspolitische Entscheidungen von grosser Tragweite an: z.B. Steuervorlage 17, Konzernverantwortungsinitiative, Regulierungsschub im Aktienrecht, 99% Initiative zur Besteuerung von Kapitalgewinnen sowie EU-Rahmenvertrag bzw. das Verhältnis zur EU im Allgemeinen. Diese Vorlagen - und auch die damit verbundenen öffentlichen Diskussionen, die auch im Ausland wahrgenommen werden - haben potentiell erheblichen Einfluss auf die wichtigsten Standortfaktoren der Schweiz und damit auch der Greater Zurich Area.

Die teilweise mehrjährigen Debatten und noch ausstehenden Entscheidungen zu diesen (und vermutlich noch weiteren) Vorlagen führen zu Unsicherheiten und damit zu deutlich höherem Erklärungsbedarf bei potentiellen ausländischen

² EY, 2018: Standort Schweiz 2018, Ausländische Direktinvestitionen 2007-2017. Im Jahr 2015 gab es 90 FDI-Projekte in der Schweiz, 2017 waren es noch 71 (-21%), während in Europa die Anzahl von 5'083 auf 6'651 stieg (+31%).

Investoren, wenn es um eine mögliche Standortwahl in der Greater Zurich Area geht. Um zu überzeugen, braucht es in diesem Kontext neue, oft komplexe Argumente, welche spezifisch auf das Zielunternehmen und seine individuelle Situation zugeschnitten sind.

Insofern schätzen wir die Aufgabe der GZA und ihre proaktive und strategisch fokussierte Standortstrategie in Zukunft als sehr wichtig ein, um den erhöhten Erklärungsbedarf zu befriedigen und weiterhin einen nachhaltigen Ansiedlungserfolg innerhalb der Greater Zurich Area sicherzustellen.

Datengrundlagen und Einschränkungen

Die im vorliegenden Bericht dokumentierten Analysen zum Ansiedlungserfolg der GZA basieren auf von den Standortkantonen mittels eines Fragebogens bei den betroffenen Unternehmen erhobenen und von der GZA konsolidierten und bereinigten Umfrageergebnissen.

Die Umfrageergebnisse wurden von EY hinsichtlich statistischer Auffälligkeiten (z.B. starke Veränderung der gemeldeten Mitarbeitendenzahlen seit der letzten Erhebung per Ende 2013) und inhaltlicher Konsistenz plausibilisiert. Diese Plausibilisierung stellt jedoch keine Prüfung im technischen Sinne dar. Die Überprüfung der Richtigkeit und Vollständigkeit der von den kantonalen Wirtschaftsförderungsstellen erhobenen Rohdaten der Umfrage war nicht Teil des Auftrags. Der vorliegende Bericht basiert auf den mit der GZA vereinbarten Plausibilisierungen, Datenanalysen, Auswertungen und Kommentierungen und demnach nicht auf einem offiziellen Prüfungsstandard.

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	2
Inhaltsverzeichnis	8
Abbildungsverzeichnis	10
Tabellenverzeichnis.....	10
1 Einleitung	11
1.1 Aufgabenstellung	11
1.2 Datengrundlagen.....	11
1.3 Einschränkungen	12
2 Entwicklung der 2009-2013 angesiedelten Unternehmen in der Berichtsperiode.....	13
2.1 Entwicklung der angesiedelten Unternehmen	13
2.2 Zusätzlich geschaffene Arbeitsstellen	13
3 Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen in der Berichtsperiode 2014-2017 und Vergleich mit der Vorperiode	15
3.1 Angesiedelte Unternehmen	15
3.2 Fokussierte Strategie der GZA	16
3.2.1 Allgemeines	16
3.2.2 Geographische Zielmärkte.....	16
3.2.3 Technologie- und Branchenfokussierung	18
3.3 Unternehmensfunktionen und Internationalität	18
3.4 Headquarters.....	20
3.5 Geschaffene Arbeitsstellen.....	21
3.6 Steuereinnahmen und Verhältnis zu den Kosten des Standortmarketings.....	22
4 Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen in der Gesamtperiode 2009-2017	26

4.1	Neuansiedlungen und Entwicklung der Unternehmen.....	26
4.2	Geschaffene Arbeitsplätze und deren Entwicklung.....	27
4.3	Steuereinnahmen und Verhältnis zu den Kosten des Standortmarketings.....	27
4.4	Typologisches Modell eines durchschnittlichen in der Greater Zurich Area angesiedelten Unternehmens	30
5	Quellen für den Ansiedlungserfolg	32
6	Interkantonale Wertschöpfung und weitere volkswirtschaftliche Wertbeiträge.....	34
6.1	Interkantonale Wertschöpfung.....	34
6.2	Weitere volkswirtschaftliche Wertbeiträge	36
7	Würdigung des Nutzens des Standortmarketings der GZA und Ausblick	37

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Netto-Arbeitsstellenentwicklung in der Berichtsperiode aus den in der Vorperiode 2009-2013 angesiedelten Unternehmen	14
Abbildung 2 - Angesiedelte Unternehmen in der Periode 2014-2017	15
Abbildung 3 - Ansiedlungsverlauf nach Zielmärkten 2014-2017	17
Abbildung 4 - Top 10 Herkunftsländer für Neuansiedlungen 2014-2017	17
Abbildung 5 - Anzahl Ansiedlungen nach Fokusbranchen 2014-2017	18
Abbildung 6 - Angesiedelte Unternehmensfunktionen in den Kantonen per Ende 2017	19
Abbildung 7 - Geografische Abdeckung der angesiedelten Funktionen	20
Abbildung 8 - Neuansiedlungen und Entwicklung der Unternehmen 2009-2017	26
Abbildung 9 - Geschaffene Arbeitsplätze und deren Entwicklung 2009-2017	27
Abbildung 10 - Modell eines durchschnittlichen in der Greater Zurich Area angesiedelten Unternehmens über neun Jahre	31
Abbildung 11 - Ansiedlungsquellen pro Jahr (gleitender Dreijahresdurchschnitt)	32
Abbildung 12 - Interkantonale Wertschöpfung durch Pendlerbewegungen	35

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Entwicklung der 2009-2013 angesiedelten Unternehmen in der Berichtsperiode	13
Tabelle 2 - Schätzung der Einkommens- und Vermögenssteuern 2014-2017	23
Tabelle 3 - Schätzung der Unternehmenssteuern 2014-2017	23
Tabelle 4 - Schätzung der Steuererträge insgesamt 2014-2017	23
Tabelle 5 - Schätzung der Gesamtkosten der Standortpromotion 2014-2017	24
Tabelle 6 - Schätzung der Einkommens- und Vermögenssteuern 2009-2017	29
Tabelle 7 - Schätzung der Unternehmenssteuern 2009-2017	29
Tabelle 8 - Schätzung der Steuererträge insgesamt 2009-2017	30
Tabelle 9 - Schätzung der Gesamtkosten der Standortpromotion 2009-2017	30

1 Einleitung

1.1 Aufgabenstellung

Die Stiftung „Greater Zurich Area Standortmarketing“ beauftragte EY mit der Durchführung einer Analyse und Kommentierung des Ansiedlungserfolgs der Standortmarketingorganisation Greater Zurich Area AG (GZA) in Zusammenarbeit mit ihren Partnern der Wirtschafts- bzw. Standortförderungsstellen der Kantone Glarus, Graubünden, Schaffhausen, Solothurn, Schwyz, Uri, Zug und Zürich sowie der Region Winterthur und der Stadt Zürich. Die Analyse umfasst die Entwicklung und Treiber des Ansiedlungserfolgs im Zeitraum 2014-2017, die dadurch entstandenen Arbeitsplätze, das dadurch geschaffene Steuersubstrat sowie weitere volkswirtschaftliche Wertbeiträge.

Bereits 2014 erstellte EY eine ähnliche Analyse und Kommentierung über den Zeitraum 2009-2013 mit Bericht vom 28. November 2014. Es soll im vorliegenden Bericht deshalb ebenfalls analysiert und beurteilt werden, wie sich die in der Vorperiode 2009-2013 (5 Jahre) angesiedelten Unternehmen in der laufenden Periode 2014-2017 (4 Jahre) entwickelt haben und wie der volkswirtschaftliche Beitrag der Ansiedlungsaktivitäten für den neunjährigen Gesamtzeitraum 2009-2017 aussieht.

Die erweiterte Datenbasis erlaubte weiterführende statistische Untersuchungen, um den Ansiedlungserfolg im Gebiet der Greater Zurich Area noch besser beurteilen zu können, z.B. durch die statistische Ermittlung eines typologischen „Durchschnittsunternehmens“, welches in der Greater Zurich Area angesiedelt wird. Ebenfalls zusätzlich eingeführt wurden Analysen und Überlegungen zur interkantonalen Wertschöpfung und zur weiteren volkswirtschaftlichen Bedeutung der Ansiedlungsaktivitäten der GZA.

EY führte hierzu verschiedene Datenanalysen zu möglichen Einflussfaktoren und Trends in Bezug auf die Aktivitäten und den Ansiedlungserfolg der GZA und der entsprechenden Wirtschaftsförderungsstellen der Partnerkantone sowie der Region Winterthur und der Stadt Zürich durch.

1.2 Datengrundlagen

Die im vorliegenden Bericht dokumentierten Analysen zum Ansiedlungserfolg der GZA basieren auf von den Standortkantonen mittels Fragebogen bei den betroffenen Unternehmen im Frühjahr 2018 erhobenen und von der GZA konsolidierten und bereinigten Umfrageergebnissen. Der Fragebogen wurde seit

der letzten Befragung im Jahr 2014 erweitert, um zusätzliche Auswertungen zu ermöglichen.

Rund 75% der Angaben zu den geschaffenen Arbeitsstellen wurden von den Standortkantonen bei den angesiedelten Unternehmen für das Jahr 2017 direkt erhoben (persönliche Besuche sowie telefonische oder schriftliche Umfragen). Weitere 11% wurden von den Kantonen geschätzt oder durch diese basierend auf den Angaben der Unternehmen ergänzt. Die restlichen 14% basieren auf einer Einschätzung der GZA auf Grundlage von Gesprächen mit den Unternehmen zu Beginn ihrer Standortevaluation.

Der seit der letzten Umfrage gesunkene direkte Rücklauf der betroffenen Unternehmen (75% in 2018 gegenüber 80% in 2014) ist ein starkes Indiz dafür, dass der Umfang des für die Datenerhebung verwendeten Fragebogens an der Grenze dessen angelangt ist, was die Unternehmen bereit sind zu beantworten.

Für weitergehende Auswertungen, insbesondere für Vergleiche mit gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen oder Trendberechnungen, sind Daten aus diversen weiteren Quellen zugezogen worden, die im Bericht entsprechend gekennzeichnet sind.

1.3 Einschränkungen

Die Umfrageergebnisse wurden von EY hinsichtlich statistischer Auffälligkeiten (z.B. starke Veränderung der gemeldeten Mitarbeitendenzahlen seit der letzten Erhebung per Ende 2013) und inhaltlicher Konsistenz plausibilisiert. Diese Plausibilisierung stellt jedoch keine Prüfung im technischen Sinne dar. Die Überprüfung der Richtigkeit und Vollständigkeit der von den kantonalen Wirtschaftsförderungsstellen erhobenen Rohdaten der Umfrage war nicht Teil des Auftrags. Der vorliegende Bericht basiert auf den mit der GZA vereinbarten Plausibilisierungen, Datenanalysen, Auswertungen und Kommentierungen und demnach nicht auf einem offiziellen Prüfungsstandard.

2 Entwicklung der 2009-2013 angesiedelten Unternehmen in der Berichtsperiode

2.1 Entwicklung der angesiedelten Unternehmen

Hohe Überlebensrate der 2009-2013 angesiedelten Unternehmen

306 oder 65.7% der insgesamt 466 Unternehmen, die in der Periode 2009-2013 in der Greater Zurich Area angesiedelt wurden, waren per Ende 2017 immer noch in derselben aktiv. Die Überlebensrate der in der Greater Zurich Area neu angesiedelten Unternehmen liegt damit klar über derjenigen von in der Schweiz neu gegründeten Unternehmen, wo die Überlebensrate bereits nach zwei Jahren nur bei 70% und nach fünf Jahren bei 60% liegt.³ Dieser Vergleich belegt die nachhaltige Entwicklung der durch die GZA und ihre Partner der Standortförderungen der Kantone angesiedelten Unternehmen in der entsprechenden Periode.

Jahr der Ansiedlung in der Greater Zurich Area	Angesiedelt in Jahr 1	Aktiv per Ende 2013	Aktiv per Ende 2017	Überlebensrate per Ende 2017 in % seit Jahr 1
2009	91	74	61	67.0%
2010	104	82	61	58.7%
2011	98	86	61	62.2%
2012	82	78	56	68.3%
2013	91	88	67	73.6%
Total	466	408	306	65.7%

Tabelle 1 - Entwicklung der 2009-2013 angesiedelten Unternehmen in der Berichtsperiode

2.2 Zusätzlich geschaffene Arbeitsstellen

Unternehmen der Vorperiode schaffen 25% zusätzliche Stellen

Die 2009-2013 angesiedelten Unternehmen haben in den Jahren 2014-2017 netto insgesamt 1'054 zusätzliche Arbeitsstellen (auf Vollzeitstellen umgerechnet) geschaffen. Das entspricht einer substanziellen Steigerung von rund 25% zur Basis per Ende 2013. Davon abgezogen sind bereits die Abgänge aus in der Periode 2009-2013 angesiedelten Unternehmen, die per Ende 2017 nicht

³ Quelle: SECO, Statistische Grundlagen zu Neugründungen und wachstumsstarken Unternehmen, 2016

mehr in der Greater Zurich Area aktiv waren, d.h. in der Zwischenzeit liquidiert oder in einen Kanton ausserhalb der Greater Zurich Area verlegt wurden.

Die einzelnen Batches 2009-2013 der Vorperiode haben sich dabei unterschiedlich entwickelt, wobei bis auf einen einzigen (Batch 2011) alle ein Nettowachstum aufweisen. Mit einem Stand von 1'719 Vollzeitstellen per Ende 2013 und einem Nettowachstum um rund 50% auf 2'593 Vollzeitstellen per Ende 2017 hat sich der Batch 2009 besonders erfolgreich entwickelt.

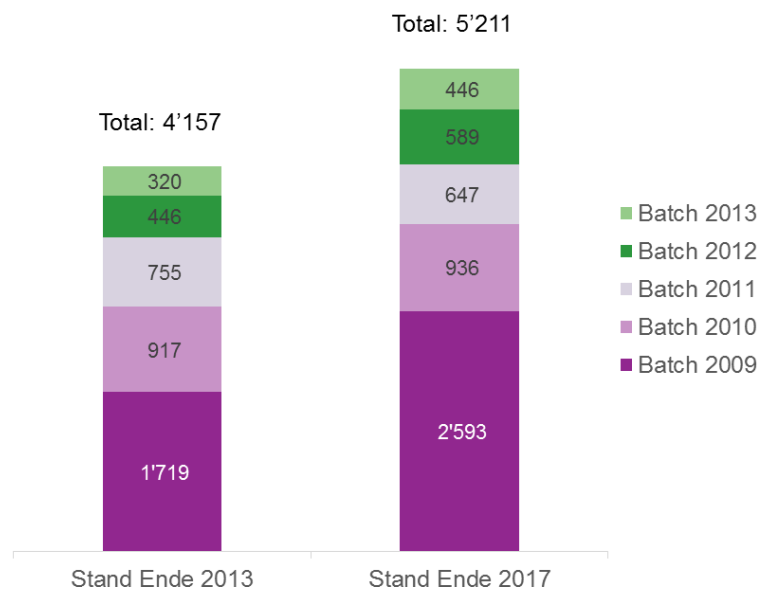


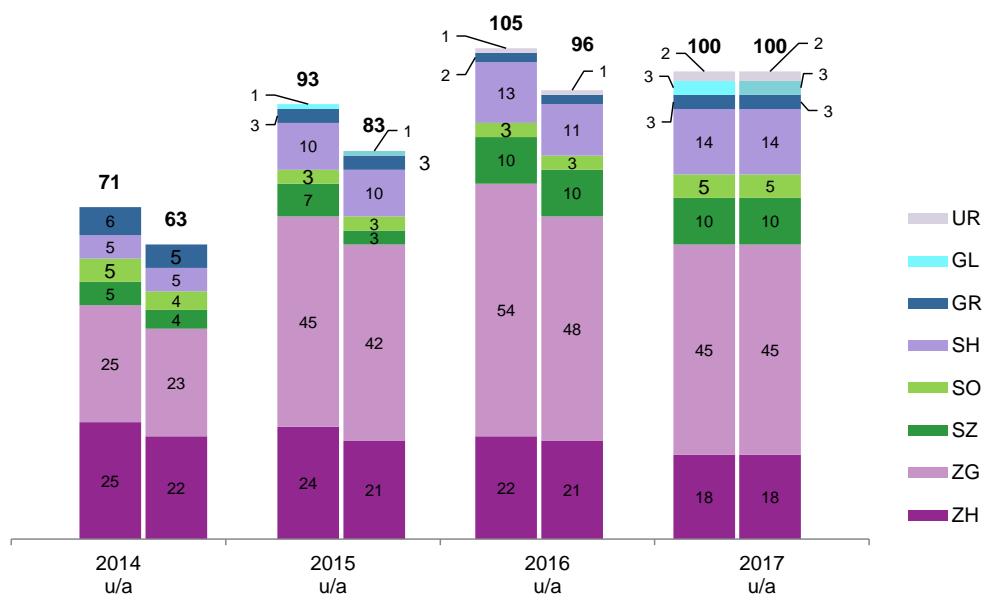
Abbildung 1 - Netto-Arbeitsstellenentwicklung in der Berichtsperiode aus den in der Vorperiode 2009-2013 angesiedelten Unternehmen

3 Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen in der Berichtsperiode 2014-2017 und Vergleich mit der Vorperiode

3.1 Angesiedelte Unternehmen

Anzahl Ansiedlungen
im langjährigen
Vergleich stabil

In der Greater Zurich Area haben sich im Zeitraum 2014-2017 insgesamt 369⁴ Unternehmen verschiedenster Herkunftsländer, Technologien und Branchen niedergelassen. Die durchschnittliche Anzahl Ansiedlungen pro Jahr ist trotz jährlicher Schwankungen und eines im allgemeinen für das Standortmarketing anspruchsvoller gewordenen Umfelds mit 92.3 Unternehmen pro Jahr für die Berichtsperiode im Vergleich zur Vorperiode (93.2 Unternehmen pro Jahr) relativ stabil geblieben.



N=369

u=angesiedelt im entsprechenden Jahr, a = davon noch aktiv Ende 2017

Abbildung 2 - Angesiedelte Unternehmen in der Periode 2014-2017

Nachhaltiges
Ansiedlungsergebnis

Laut Analyseergebnissen sind per Ende 2017 noch 342 der 369 während der Betrachtungsperiode angesiedelten Unternehmen in der Greater Zurich Area präsent. 23 Unternehmen haben die Schweiz während dieser Zeit verlassen, sind Konkurs gegangen oder liquidiert worden. Vier Unternehmen haben ihren Standort in einen anderen Kanton ausserhalb der Greater Zurich Area verlegt.

⁴ Netto-Ansiedlungen

Es sind demzufolge per Ende 2017 rund 93% der im Zeitraum 2014 bis 2017 angesiedelten Unternehmen in der Greater Zurich Area tätig. Dies ist unseres Erachtens ein nachhaltiges Ansiedlungsergebnis.

3.2 Fokussierte Strategie der GZA

3.2.1 Allgemeines

Mit der Ende 2011 definierten Zielmärktestrategie fokussiert die GZA auf geographische Zielmärkte sowie auf Technologien und Branchen, die eine hohe Innovationskraft, ein überdurchschnittliches Wachstumspotential und eine hohe Ansiedlungsnachhaltigkeit aufweisen.

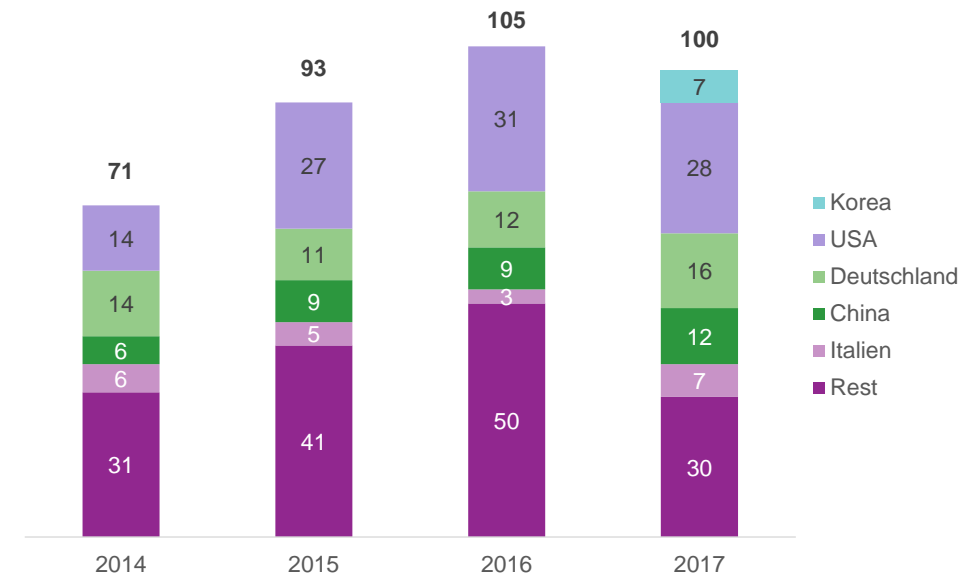
Da im internationalen Standortwettbewerb zunehmend Metropolitanregionen untereinander im Wettbewerb stehen und aus dem Länderwettbewerb für Unternehmensansiedlungen und FDIs (z.B. Deutschland gegen die Schweiz) ein Wettbewerb der Metropolitanregionen (z.B. Metropolitanregion Stuttgart / Baden-Württemberg gegen Metropolitanregion München gegen Greater Zurich Area) geworden ist, hat die GZA auch hier in ihren proaktiven Ansiedlungsbemühungen einen entsprechenden Fokus gelegt. Aufgrund der beschränkten Verfügbarkeit detaillierterer Daten erfolgen die folgenden statistischen Auswertungen noch auf Länderebene.

3.2.2 Geographische Zielmärkte

Erfolgreiche
geographische
Marktfokussierung

Im Betrachtungszeitraum konzentrierte sich die GZA in ihren proaktiven Ansiedlungsbemühungen geographisch auf die Schwerpunktmärkte USA, China, Deutschland, Italien sowie Korea. Aus den vier erstgenannten Einzelmärkten stammt in Summe in jedem einzelnen Jahr mehr als die Hälfte der Ansiedlungen. Dies bestätigt den Erfolg der gewählten geographischen Fokus-Strategie.

Aus Europa sind über alle vier Jahre betrachtet mit total 155 Neuansiedlungen am meisten Zuzüge zu verzeichnen. Die USA weist mit total 100 Ansiedlungen den zweithöchsten Wert aus. Diese beiden Märkte decken im Betrachtungszeitraum fast 70% aller Neuansiedlungen in die Greater Zurich Area ab.

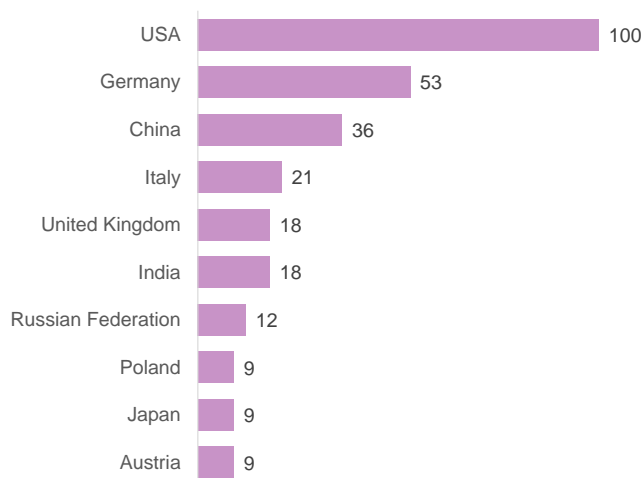


N=369

Abbildung 3 - Ansiedlungsverlauf nach Zielmärkten 2014-2017

Die meisten Neuansiedlungen stammen aus den USA

Auf Länderebene betrachtet haben sich am meisten Unternehmen aus den USA für eine Standortwahl in der Greater Zurich Area entschieden, gefolgt von Firmen aus Deutschland und China. Der definierte Zielmarkt USA hat rund 27% aller Neuansiedlungen gebracht.



N=369

Abbildung 4 - Top 10 Herkunftsländer für Neuansiedlungen 2014-2017

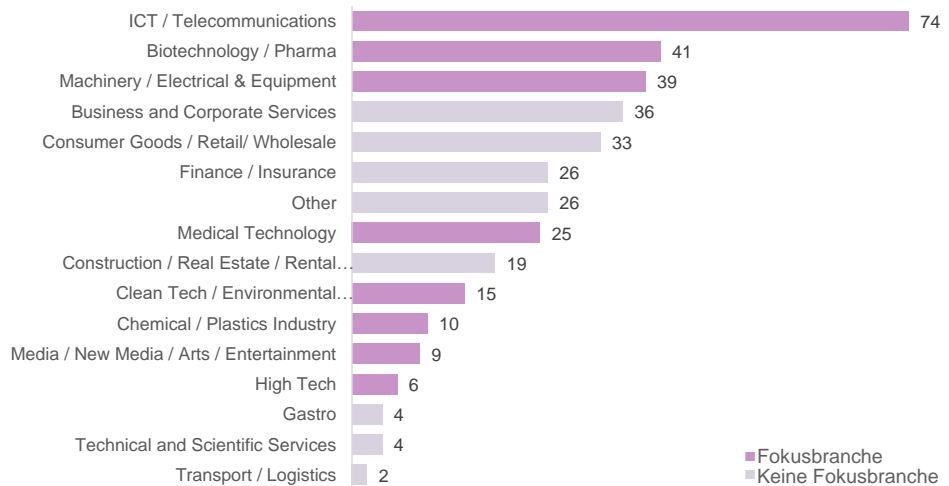
3.2.3 Technologie- und Branchenfokussierung

Zur Technologie- und Branchen-Fokussierung gehören Unternehmen im Bereich der Biotechnologie, Medtech, High-Tech oder Information and Communication Technology (ICT) sowie auch Hauptsitzfunktionen. Ziel ist es, in den geographischen Fokus-Märkten die ausgewählten Technologiefelder und Branchen systematisch zu bearbeiten.

60% der Neuansiedlungen stammt aus Fokusbranchen

Von den insgesamt 369 Neuansiedlungen im Zeitraum 2014-2017 stammen 221 oder rund 60% aus den in der Strategie definierten Fokusbranchen. Der über alle Branchen betrachtete Anteil Neuansiedlungen von Unternehmen aus Fokusbranchen ist damit signifikant und bestätigt die erfolgreiche Umsetzung der gewählten Strategie der GZA.

Alleine die Ansiedlungen der Unternehmen aus den Industrien ICT / Telecommunications und Biotechnologie / Pharma als Teilmenge der Fokusbranchen entspricht mit 115 Unternehmen rund 31% aller Ansiedlungen.



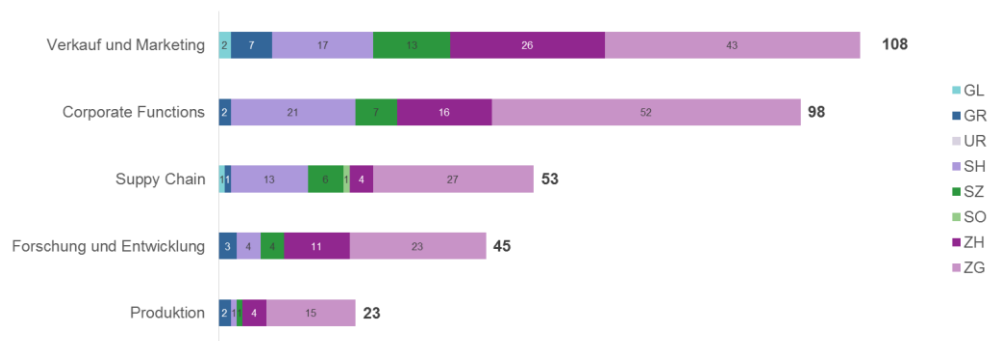
N=369

Abbildung 5 - Anzahl Ansiedlungen nach Fokusbranchen 2014-2017

3.3 Unternehmensfunktionen und Internationalität

Die angesiedelten Unternehmen wurden per Ende 2017 gefragt, welche Unternehmensfunktionen sie in der Greater Zurich Area ausüben und welches geographische Aktivitätsspektrum sie haben. Dabei wurde ersichtlich, dass

Verkauf und Marketing sowie *Corporate Functions* mit 46% bzw. 42% Nennungen die am häufigsten genannten Unternehmensfunktionen sind (Mehrfachnennungen waren möglich).



N = 233

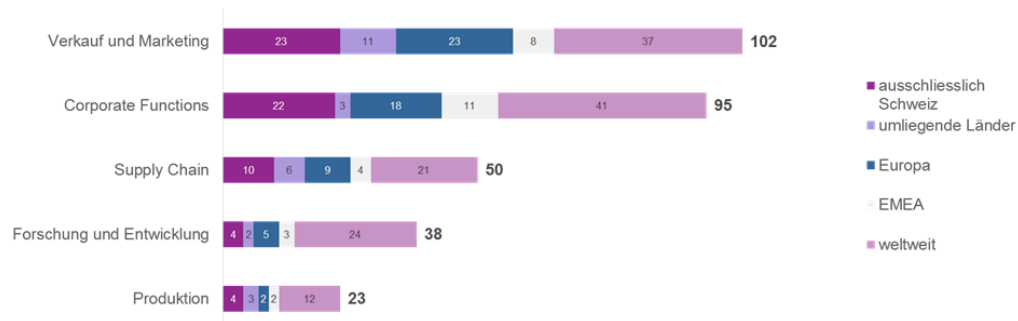
Abbildung 6 - Angesiedelte Unternehmensfunktionen in den Kantonen per Ende 2017

Der Ansiedlungsfokus auf die genannten Unternehmensfunktionen wird gestützt durch eine Studie von EY zu den ausländischen Direktinvestitionen in der Schweiz⁵. Aus dieser geht ebenfalls hervor, dass *Verkauf und Marketing* die am meisten angesiedelte Unternehmensfunktion ist.

Über 80% der Unternehmen hat Funktionen mit internationalem Aktivitätsspektrum

Bei mehr als 80% der angesiedelten Unternehmen haben diese Unternehmensfunktionen ein Aktivitätsspektrum, welches über die Schweiz hinausgeht. In 58% der Fälle geht deren Aktivitätsspektrum sogar über Europa hinaus. Die grössten Anteile an weltweitem und europäischem Aktivitätsspektrum weisen dabei *Forschung und Entwicklung* (85%), *Produktion* (82%) und *Corporate Functions* (80%) auf.

⁵ EY, 2018: Standort Schweiz 2018, Ausländische Direktinvestitionen 2007-2017



N=222

Abbildung 7 - Geografische Abdeckung der angesiedelten Funktionen

Bei der Neuansiedlung solcher Unternehmensfunktionen mit internationaler Reichweite kann nach Einschätzung von EY davon ausgegangen werden, dass Arbeitsplätze in der Greater Zurich Area wirklich zusätzlich geschaffen werden und nicht nur eine Verschiebung von Arbeitsplätzen stattfindet.

EY geht zudem davon aus, dass Mitarbeitende in Unternehmensfunktionen mit internationaler Reichweite in der Regel eine höhere Qualifikation ausweisen müssen, verbunden mit einem höheren Lohnniveau und entsprechend höherem Steuersubstrat. Die starke Internationalität der durch die GZA angesiedelten Unternehmen wirkt sich deshalb positiv auf ihre Wertschöpfung aus im Vergleich zu Unternehmen mit rein binnenwirtschaftlichem Fokus.

Die in der Greater Zurich Area neu angesiedelten Unternehmen schöpfen damit einen bedeutenden volkswirtschaftlichen Beitrag für die Metropolitanregion Greater Zurich Area von ausserhalb der Schweiz und erhöhen durch ihre Vernetzung auch die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Greater Zurich Area.

3.4 Headquarters

Headquarters (Unternehmen mit Hauptsitzfunktion) können globale oder regionale Hauptsitze von international tätigen Unternehmen oder Unternehmenseinheiten (Divisionen) sein. Sie sind damit eine spezielle Form der im vorherigen Kapitel beschriebenen angesiedelten Unternehmen mit starker Internationalität.

Globalisierung, zunehmende Mobilität und entsprechende Technologien unterstützen aber den Trend, Geschäftsprozesse aufzuspalten und geographisch dort anzusiedeln, wo aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Aktivitäten optimal

ausgeübt werden können. Klassische Headquarter-Funktionen sind deshalb oft geographisch verteilt. Anspruchsvolle Aktivitäten mit hoher Wertschöpfung wie z.B. Forschung & Entwicklung oder Unternehmensführung (Finance, HR) werden typischerweise dort ausgeübt, wo die dafür notwendigen Kompetenzen und Ressourcen vorhanden sind. Die Greater Zurich Area ist für solche Aktivitäten erwiesenermassen ein attraktiver Standort. Weniger anspruchsvolle Aktivitäten wie z.B. die repetitive Verarbeitung von Rechnungen oder andern Belegen werden oft kostenoptimiert an Standorten bzw. in Ländern ausgeübt, wo die Lohnkosten tief sind (falls sich diese Aktivitäten nicht automatisieren lassen).

Über alle Branchen hinweg wurden im Zeitraum 2014-2017 von den total 369 Neuansiedlungen insgesamt 93 Headquarters in der Greater Zurich Area etabliert, was rund 25% aller Neuansiedlungen sind.

Greater Zurich Area ist attraktiv für Headquarters

Dieses Resultat bestätigt, dass die Greater Zurich Area für Headquarters attraktiv ist. Aus einer Substanzbetrachtung ist dies positiv zu bewerten, weil Headquarters oft die Verlagerung weiterer Unternehmensfunktionen an den Standort in der Greater Zurich Area mit sich bringen und damit zusätzliche Substanz in Form von Direktinvestitionen und Arbeitsplätzen schaffen. Per Ende 2017 beträgt die durchschnittliche Anzahl Beschäftigter bei den Unternehmen mit Hauptsitzfunktion denn auch 8.1 FTE gegenüber 6.5 FTE im Durchschnitt aller im Zeitraum 2014-2017 angesiedelten Unternehmen.

3.5 Geschaffene Arbeitsstellen

Neuansiedlungen schufen 2'212 zusätzliche Arbeitsstellen

Die insgesamt 369 neu angesiedelten Unternehmen schufen in der Greater Zurich Area im Zeitraum 2014-2017 netto 2'212 Arbeitsstellen (gemeldeter Stand per Ende 2017). In den Kantonen Zürich, Zug und Schaffhausen wurden am meisten Arbeitsstellen geschaffen.

Dabei nicht eingerechnet ist das indirekte Stellenwachstum, welches sich dadurch ergibt, dass neu angesiedelte Unternehmen in ihrem Ökosystem mit Zulieferern, Partnern und Kunden helfen, weitere Stellen zu schaffen. Siehe dazu die Ausführungen in Kapitel 6.

Per Ende 2017 beschäftigten die im Betrachtungszeitraum 2014-2017 angesiedelten Unternehmen 36 Lehrlinge, im Vergleich zu 11 Lehrlingen per Ende 2013 aus den in der Vorperiode 2009-2013 angesiedelten Unternehmen.

Top 15 Unternehmen schufen mehr als die Hälfte der Neustellen

Von den total 2'212 neu geschaffenen Arbeitsstellen sind insgesamt 1'206 durch die Top 15 Unternehmen geschaffen wurden, was mehr als der Hälfte aller Neustellen entspricht. Im Durchschnitt lassen sich daher rund 80 neue

Arbeitsplätze auf ein Top 15 Unternehmen zurückführen. Die Analyse zeigt ebenfalls auf, dass die grössten Stellenschaffer aus den strategischen Zielmärkten USA und Europa stammen.

Im Durchschnitt beschäftigte jedes im Zeitraum 2014-2017 angesiedelte Unternehmen per Ende 2017 6.5 FTE. Der Rückgang zur Vorjahresperiode 2009-2013 mit durchschnittlich 10.2 FTE per Ende 2013 erklärt sich durch die aussergewöhnlich hohe Anzahl Arbeitsstellen aus dem Batch 2009, durch die um ein Jahr kürzere Betrachtungsperiode sowie durch das allgemein anspruchsvoller gewordene Umfeld für das Standortmarketing.

Unter den 2014-2017 angesiedelten Unternehmen befinden sich wiederum bekannte Brands. Diese können bei weiteren Ansiedlungsbemühungen als entsprechende Referenzen mit möglicherweise positivem Effekt bei der Entscheidungsfindung eingesetzt werden.

3.6 Steuereinnahmen und Verhältnis zu den Kosten des Standortmarketings

Um das Verhältnis von zurechenbaren Steuererträgen und direkten Kosten des Standortmarketings zu bestimmen, hat EY verschiedene Schätzungen und Modellrechnungen durchgeführt.

Für die Individualsteuern der natürlichen Personen (Einkommens- und Vermögenssteuern) und für die Unternehmenssteuern wurden folgende Annahmen getroffen, die EY als angemessen beurteilt. Im Vergleich zu unserem ersten Bericht für die Periode 2009-2013 sind die Annahmen aufgrund der gesunkenen durchschnittlichen Steuereinnahmen leicht reduziert worden.

Als Berechnungsgrundlage für die Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmenden wurden CHF 8'000 Steuerertrag für eine verheiratete, konfessionslose Person mit einem steuerbaren Einkommen von CHF 80'000, ohne Kinder und ohne Vermögen, wohnhaft im Kantonshauptort, angenommen. Dabei wurde auf dem Durchschnitt der Kantone Zürich, Zug und Schaffhausen abgestellt. Bundessteuern wurden nicht berücksichtigt.

Das steuerbare Einkommen von CHF 80'000 entspricht einem vorsichtigen Wert, wenn man die Internationalität der Unternehmen sowie die angesiedelten Unternehmensfunktionen und das damit verbundene Anforderungsniveau an die Mitarbeitenden berücksichtigt.

Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmenden (in CHF)					
Jahr	#Angestellte Netto-Zugang*	Aus Vorjahr	Total kumuliert	Durchschnittliche Steuererträge	Total Steuererträge
2014	373	-	373	8'000	2'987'600
2015	367	373	740	8'000	5'922'773
2016	516	740	1'256	8'000	10'044'747
2017	956	1'256	2'212	8'000	17'696'000
Total					36'651'120

* Netto-Zugang = Differenz aus Bruttozugang und Abgängen aus der vierjährigen Bemessungsperiode

Tabelle 2 - Schätzung der Einkommens- und Vermögenssteuern 2014-2017

Der durchschnittliche Steuerertrag von CHF 30'000 (exkl. Bundessteuer) bei den Unternehmenssteuern wurde aus dem Durchschnitt der Kantone Zürich, Schaffhausen und der Stadt Zürich ermittelt und gemäss Vorsichtsprinzip abgerundet. Auch hier erfolgte im Vergleich zu unserem ersten Bericht für die Periode 2009-2013 aus dem gleichen Grund wie bei den Individualsteuern eine leichte Reduktion.

Unternehmenssteuern (in CHF)					
Jahr	#Unternehmen Netto-Zugang*	Aus Vorjahr	Total kumuliert	Durchschnittliche Steuererträge	Total Steuererträge
2014	71	0	71	30'000	2'130'000
2015	90	71	161	30'000	4'840'000
2016	98	161	259	30'000	7'760'000
2017	83	259	342	30'000	10'260'000
Total					24'990'000

* Netto-Zugang = Differenz aus Bruttozugang und Abgängen aus der vierjährigen Bemessungsperiode

Tabelle 3 - Schätzung der Unternehmenssteuern 2014-2017

Steuererträge insgesamt (in CHF)	
Einkommens- und Vermögenssteuern (a)	36'651'120
Unternehmenssteuern (b)	24'990'000
Total Steuererträge (brutto)	61'641'120
Abschlag 17% negativer Spill-Over Effekt auf (a)*	- 6'230'690
Total Steuererträge (netto)	55'410'430

* siehe Kapitel 6.1 für weitere Erläuterungen hierzu

Tabelle 4 - Schätzung der Steuererträge insgesamt 2014-2017

Die 369 neuangesiedelten Unternehmen (netto per Ende 2017: 342) haben damit über den Zeitraum 2014-2017 zusammen mit ihren 2'212 Mitarbeitenden für die Kantone der Greater Zurich Area Steuererträge von insgesamt rund CHF 55 Mio. geschaffen.

Jede Neuansiedlung brachte 2014-2017 rund CHF 150'000 Steuereinnahmen

Aus dieser Berechnung lässt sich ableiten, dass jede einzelne Ansiedlung über den Untersuchungszeitraum von 2014-2017 im Durchschnitt rund CHF 150'000 an Steuereinnahmen gebracht hat. Dieser Betrag ist substantiell und bestätigt, dass die Ansiedlungsaktivitäten der GZA und der Partnerkantone einen positiven wirtschaftlichen Beitrag gebracht haben.

EY hat die Rendite der Ansiedlungsaktivitäten der GZA auf der Basis von der GZA zusammengestellter Kosteninformationen untersucht. Die von den Kantonen der Greater Zurich Area sowie der Stadt Zürich und der Region Winterthur investierten Gelder wurden dabei den Steuererträgen gegenübergestellt. Die Kosten teilen sich in jährliche Beiträge der Kantone an die GZA-Organisation sowie eigene Personal- und sonstige Kosten für die Standortförderung auf.

Gesamtkosten der Standortpromotion (in CHF)				
Jahr	Beitrag öffentliche Hand an GZA	Eigene Kosten der öffentlichen Hand		Anrechenbare Gesamtkosten
		Personalkosten*	Sonstige Kosten**	
2014	2'810'230	2'966'900	1'078'568	6'855'698
2015	2'811'134	2'966'900	1'078'568	6'856'602
2016	2'974'583	3'086'900	1'193'701	7'255'184
2017	2'870'645	3'086'900	1'193'701	7'151'246
Total				28'118'730

* auf Basis folgender Stellenprozente (von den Kantonen an GZA gemeldet) à 200'000 CHF: 14.8 FTE (2014-2015) und 15.4 FTE (2016-2017)

** von den Kantonen gemeldete sonstige Kosten

Tabelle 5 - Schätzung der Gesamtkosten der Standortpromotion 2014-2017

Die obige Berechnung wurde ebenfalls mit konservativen Annahmen durchgeführt. Das durchschnittliche Jahressalär inklusive aller Nebenkosten wurde auf CHF 200'000 pro Mitarbeitenden für Tätigkeiten rund um die Standortpromotion für die Greater Zurich Area festgelegt. Sämtliche anrechenbaren Gesamtkosten der öffentlichen Hand für die Standortförderung in der Greater Zurich Area belaufen sich damit für den Betrachtungszeitraum 2014-2017 auf rund CHF 28 Mio.

Für jeden investierten Franken 2 Franken Steuererträge

Stellt man nun die Steuererträge den anrechenbaren Kosten gegenüber, ergibt dies ein Verhältnis von 2.0 : 1. Dies bedeutet, dass im Betrachtungszeitraum für jeden von der öffentlichen Hand in die Standortförderung investierten Franken

rund 2 Franken an Steuererträgen für den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area generiert wurden.

Die Partner aus der Privatwirtschaft haben über den Betrachtungszeitraum total rund CHF 3.9 Mio. zur Standortpromotion beigetragen. Unter Berücksichtigung dieser zusätzlichen Kosten beträgt das Verhältnis von Steuererträgen zu Gesamtkosten (Kosten der öffentlichen Hand plus Beiträge der privaten Partner) immer noch 1.7 : 1, d.h. es wurden rund 1.70 Franken Steuererträge pro investierten Franken generiert.

In der fünfjährigen Vorperiode 2009-2013 wurden für jeden investierten Franken rund 3.40 Franken⁶ (rund 3 Franken unter Berücksichtigung der Beiträge der Privatwirtschaft) erwirtschaftet. Die unterschiedliche Länge des Betrachtungszeitraums sowie die aussergewöhnlich hohe Anzahl Arbeitsstellen aus dem Batch 2009 sind dabei die beiden wesentlichen Treiber für das tiefere Ertrags-/Kostenverhältnis in der Betrachtungsperiode.

Durch die 2011 definierte und danach neu eingeführte Strategie der GZA sind die beiden Perioden 2009-2013 und 2014-2017 nicht in jeder Beziehung direkt vergleichbar.

⁶ Im Bericht vom 28. November 2014, Ansiedlungserfolg der Greater Zurich Area AG (GZA) im Zeitraum 2009-2013, wurde von EY irrtümlich ein zu hoher Wert von rund 5 Franken ermittelt, welcher hier korrigiert wurde

4 Analysen und Aussagen zu den Unternehmensansiedlungen in der Gesamtperiode 2009-2017

4.1 Neuansiedlungen und Entwicklung der Unternehmen

Durch die nunmehr zur Verfügung stehende Datenbasis über neun Jahre sind nicht nur kurz-, sondern auch mittelfristige Aussagen möglich. Zudem können Trends auf einer robusteren Basis statistisch abgeleitet werden.

Im Durchschnitt rund 93 Unternehmen pro Jahr angesiedelt

Im neunjährigen Gesamtzeitraum 2009-2017 wurden durch die GZA und die entsprechenden Partner der Wirtschaftsförderungsstellen der angeschlossenen Kantone sowie der Stadt Zürich und der Region Winterthur insgesamt 835 Unternehmen in der Greater Zurich Area angesiedelt. Das entspricht einem jährlichen Durchschnitt von 92.8 Unternehmen, wobei die Trendkurve über den Gesamtzeitraum insgesamt als stabil bezeichnet werden kann, mit einem leichten Trendanstieg in den letzten drei Jahren.

Per Ende 2017 wurden 648 Unternehmen, d.h. 78% der insgesamt angesiedelten Unternehmen, als aktiv gemeldet. Wie schon in der Einzelbetrachtung der Perioden 2009-2013 sowie 2014-2017 kann folglich auch für die Gesamtperiode 2009-2017 von einer hohen Stabilität und Nachhaltigkeit des Ansiedlungserfolgs gesprochen werden.

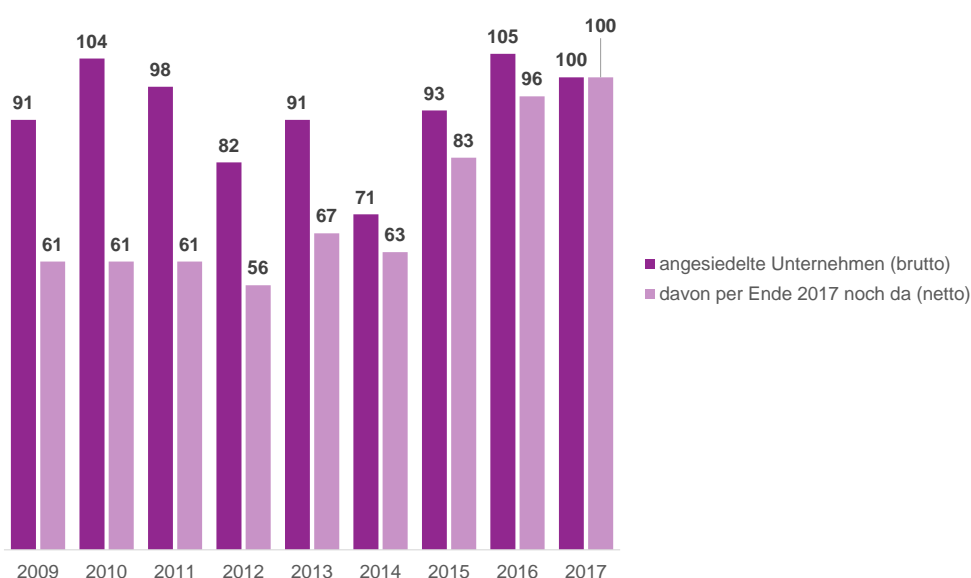


Abbildung 8 - Neuansiedlungen und Entwicklung der Unternehmen 2009-2017

4.2 Geschaffene Arbeitsplätze und deren Entwicklung

Insgesamt 7'423
Stellen geschaffen

Per Ende 2017 wurden für die im Zeitraum 2009-2017 in der Greater Zurich Area angesiedelten Unternehmen netto 7'423 Vollzeitstellen gemeldet, das bedeutet im Durchschnitt für jedes aktive Unternehmen 11.5 Vollzeitstellen. Unter Verwendung der kombinierten Umfrageergebnisse per Ende 2013 sowie per Ende 2017 hat EY die Entwicklung der Vollzeitstellen entsprechend modelliert. Durch die nun nach der zweiten Befragung per Ende 2017 vorliegende erweiterte Datenbasis wurde ersichtlich, dass das im ersten Bericht für die Periode 2009-2013 verwendete Modell eine zu konservative Entwicklung der Vollzeitstellen vorsah. Die folgende Grafik zeigt eine aus Sicht von EY realistische Entwicklung der kumulierten Vollzeitstellen über den kombinierten Betrachtungszeitraum 2009-2017.

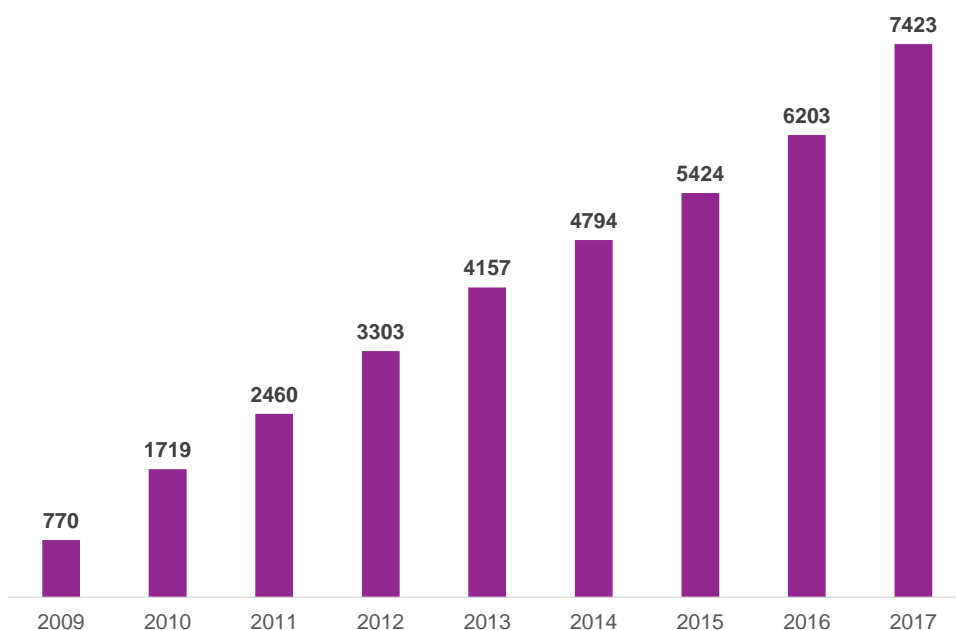


Abbildung 9 - Geschaffene Arbeitsplätze und deren Entwicklung 2009-2017

4.3 Steuereinnahmen und Verhältnis zu den Kosten des Standortmarketings

Für jeden investierten
Franken 6 Franken
Steuererträge

Die insgesamt 835 angesiedelten Unternehmen und 7'423 Arbeitnehmenden (auf Vollzeitstellen umgerechnet) haben im Zeitraum 2009-2017 für die Standortkantone der Greater Zurich Area substanzielle Steuereinnahmen von rund CHF 356 Mio. gebracht. Das Verhältnis zu den anrechenbaren Gesamtkosten der GZA sowie der Standortkantone von rund CHF 59 Mio. liegt bei 6.0 : 1, d.h. für

jeden investierten Franken wurden in der Betrachtungsperiode rund 6 Franken an Steuereinnahmen für den Wirtschaftsraum Greater Zurich Area generiert.

Unter Berücksichtigung der Beiträge der Privatwirtschaft von rund CHF 7.9 Mio. beträgt das Ertrags-/Kostenverhältnis immer noch 5.3 : 1, d.h. jeder in das Standortmarketing investierte Franken generierte rund 5.30 Franken an Steuereinnahmen.

Dank der Nachhaltigkeit der erfolgten Ansiedlungen nimmt dieses Verhältnis mit der Verlängerung der zugrundeliegenden Betrachtungsperiode stetig zu, da die Kosten der Ansiedlung einmalig im Jahr der Ansiedlung anfallen, das Steuersubstrat aber Jahr für Jahr weiterbesteht und dank der wachsenden durchschnittlichen Mitarbeitendenzahl pro Unternehmen sogar weiter ansteigt.

Einzelne Abgänge durch Wachstum der Unternehmen mehr als kompensiert

Die über die Jahre erfolgten Unternehmens- bzw. Arbeitsplatzabgänge konnten durch das Wachstum der aktiven Unternehmen mehr als kompensiert werden.

Die folgenden Tabellen zeigen die Detailberechnungen zu den Steuereinnahmen und anrechenbaren Gesamtkosten der Standortpromotion 2009-2017. Die für die Berechnung verwendete Entwicklung der Anzahl Unternehmen und Angestellten entspricht dem aufgrund der grösseren Datenbasis (wegen des längeren Betrachtungszeitraums) möglichen aktualisierten Modell wie in Abschnitt 4.1 und 4.2 dargestellt.

Die Annahmen zu den durchschnittlichen Steuererträgen wurden für die erste Periode (2009-2013) konsistent mit den Annahmen im ersten Bericht von 2014 verwendet. Für die zweite Periode (2014-2017) wurden aktualisierte und damit leicht abweichende Parameter verwendet. Die Angaben zu den anrechenbaren Gesamtkosten der GZA und der Standortkantone wurden von der GZA bzw. den entsprechenden Standortkantonen gemeldet.

Einkommens- und Vermögenssteuern der Arbeitnehmenden (in CHF)					
Jahr	#Angestellte Netto-Zugang*	Aus Vorjahr	Total kumuliert	Durchschnittliche Steuererträge	Total Steuererträge
2009	770	-	770	8'400	6'468'000
2010	949	770	1'719	8'400	14'441'028
2011	741	1'719	2'460	8'400	20'667'192
2012	843	2'460	3'303	8'400	27'746'964
2013	854	2'303	4'157	8'400	34'918'800
2014	637	4'157	4'794	8'000	38'351'600
2015	630	4'794	5'424	8'000	43'394'773
2016	779	5'424	6'203	8'000	49'624'747
2017	1'220	6'203	7'423	8'000	59'384'000
Total					294'997'104

* Netto-Zugang = Differenz aus Bruttozugang und Abgängen aus der neunjährigen Bemessungsperiode

Tabelle 6 - Schätzung der Einkommens- und Vermögenssteuern 2009-2017

Unternehmenssteuern (in CHF)					
Jahr	#Unternehmen Netto-Zugang*	Aus Vorjahr	Total kumuliert	Durchschnittliche Steuererträge	Total Steuererträge
2009	91	-	91	34'000	3'094'000
2010	100	91	191	34'000	6'494'000
2011	86	191	277	34'000	9'418'000
2012	65	277	342	34'000	11'628'000
2013	66	342	408	34'000	13'872'000
2014	46	408	454	30'000	13'620'000
2015	64	454	518	30'000	15'540'000
2016	72	518	590	30'000	17'700'000
2017	58	590	648	30'000	19'440'000
Total					110'806'000

* Netto-Zugang = Differenz aus Bruttozugang und Abgängen aus der neunjährigen Bemessungsperiode

Tabelle 7 - Schätzung der Unternehmenssteuern 2009-2017

Steuererträge insgesamt (in CHF)	
Einkommens- und Vermögenssteuern (a)	294'997'104
Unternehmenssteuern (b)	110'806'000
Total Steuererträge (brutto)	405'803'104
Abschlag 17% negativer Spill-Over Effekt auf (a)*	- 50'149'508
Total Steuererträge (netto)	355'653'596

* siehe Kapitel 6.1 für weitere Erläuterungen hierzu

Tabelle 8 - Schätzung der Steuererträge insgesamt 2009-2017

Gesamtkosten der Standortpromotion (in CHF)				
Jahr	Beitrag öffentliche Hand an GZA	Eigene Kosten der öffentlichen Hand		Anrechenbare Gesamtkosten
		Personalkosten	Sonstige Kosten	
2009	3'316'051	2'550'000	695'900	6'561'951
2010	2'981'797	2'550'000	695'900	6'227'697
2011	2'625'910	2'550'000	695'900	5'871'810
2012	2'807'642	2'550'000	695'900	6'053'542
2013	2'808'670	2'550'000	695'900	6'054'570
2014	2'810'230	2'966'900	1'078'568	6'855'698
2015	2'811'134	2'966'900	1'078'568	6'856'602
2016	2'974'583	3'086'900	1'193'701	7'255'184
2017	2'870'645	3'086'900	1'193'701	7'151'246
Total				58'888'300

Tabelle 9 - Schätzung der Gesamtkosten der Standortpromotion 2009-2017

4.4 Typologisches Modell eines durchschnittlichen in der Greater Zurich Area angesiedelten Unternehmens

EY hat auf Basis der verfügbaren Daten beider Betrachtungsperioden (2009-2013 und 2014-2017) das typologische Modell für ein durchschnittliches in der Greater Zurich Area angesiedeltes Unternehmen erstellt.

Das durchschnittliche angesiedelte Unternehmen weist am Ende des Ansiedlungsjahrs 6.3 Vollzeitstellen aus und wächst um rund eine Vollzeitstelle pro Jahr.

Die anrechenbaren Gesamtkosten der GZA und des Standortkantons für das Standortmarketing bzw. die Ansiedlung betragen für das Durchschnittsunternehmen rund CHF 71'500.

Ein Durchschnittsunternehmen deckt Ansiedlungskosten bereits nach einem Jahr

Durch das geschaffene Steuersubstrat und entsprechende Steuereinnahmen von rund CHF 71'800 im ersten Jahr werden diese Kosten bereits voll gedeckt. Die sogenannte Payback-Periode für die Investitionen in das Standortmarketing beträgt also lediglich rund ein Jahr. Jedes weitere Jahr verbessert das Verhältnis zwischen den Steuereinnahmen und den anrechenbaren Gesamtkosten signifikant, wie die folgende Grafik zeigt.

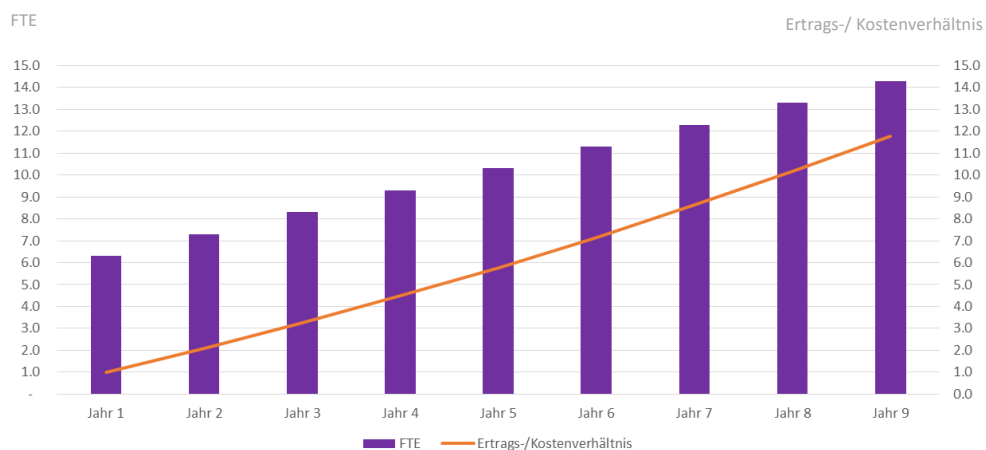


Abbildung 10 - Modell eines durchschnittlichen in der Greater Zurich Area angesiedelten Unternehmens über neun Jahre

So weist das Durchschnittsunternehmen beispielsweise nach 5 Jahren ein Ertrags-/Kostenverhältnis von 5.8 : 1 und nach 9 Jahren sogar von 11.8 : 1 aus.

5 Quellen für den Ansiedlungserfolg

Zur Analyse des Ansiedlungserfolgs erfasst die GZA, wie ausländische Unternehmen auf die GZA bzw. die Greater Zurich Area aufmerksam wurden. Differenziert werden dabei proaktive Ansiedlungen (z.B. über direkte Akquisition oder Empfehlung durch das aktiv aufgebaute Netzwerk und Multiplikatoren) und reaktive Ansiedlungen (z.B. über Firmenanfragen).

Erfolgreiche Umsetzung
der proaktiven
Ansiedlungsstrategie

Die Anzahl Unternehmensansiedlungen aus definierten Zielmärkten, Fokus-Technologien und -Branchen über eine aktive Marketingstrategie hat im Zeitraum 2009-2017 kontinuierlich zugenommen. Der gleitende Dreijahres-Durchschnitt der Anzahl Direktakquisitionen hat sich zwischen 2009 und 2017 fast versechsfacht; derjenige der Empfehlungen im gleichen Zeitraum mehr als versechsfacht.

Gleichzeitig reduzierte sich der relative Anteil neu angesiedelter Unternehmen über Firmenanfragen. Während die absolute Anzahl Firmenanfragen bis 2012 noch anstieg, hat sich diese seither stetig verringert.

Die Vermittlung durch die nationale Standortpromotion Switzerland Global Enterprise (SG-E) spielte über den gesamten Betrachtungszeitraum eine eher untergeordnete Rolle.

Diese Entwicklung widerspiegelt die zunehmende Bedeutung und den Erfolg der durch die GZA gewählten proaktiven Ansiedlungsstrategie.

Jahr	Direkte Akquisition	Empfehlung	Firmenanfrage	SGE
2009	6	4	15	0
2010	13	12	26	6
2011	13	13	35	6
2012	19	18	39	6
2013	24	16	37	7
2014	29	15	29	7
2015	31	17	27	10
2016	34	22	24	10
2017	35	26	26	13

Abbildung 11 - Ansiedlungsquellen pro Jahr (gleitender Dreijahresdurchschnitt)

Die vorliegenden Analysen belegen sowohl die Effektivität als auch die Effizienz der von der GZA gewählten proaktiven Ansiedlungsstrategie, die 2011 definiert wurde und in den letzten fünf Jahren signifikant positive Resultate zeigte. Sie ist auch ein starkes Indiz dafür, dass viele der angesiedelten Unternehmen ohne das Standortmarketing der GZA nicht in die Greater Zurich Area gezogen wären.

6 Interkantonale Wertschöpfung und weitere volkswirtschaftliche Wertbeiträge

6.1 Interkantonale Wertschöpfung

Die GZA betreibt ein qualitativ orientiertes Standortmarketing und fokussiert sich bei ihren Ansiedlungsbemühungen gezielt auf wertschöpfungsintensive Technologien, Branchen und Unternehmensfunktionen und setzte diese Strategie in den letzten Jahren erfolgreich um, wie unsere Analysen gezeigt haben. Die in der Greater Zurich Area angesiedelten Unternehmensfunktionen mit hoher Internationalität zeichnen sich dadurch aus, so die Arbeitshypothese, dass ihre Mitarbeitenden überdurchschnittlich mobil sind. EY hat im Auftrag der GZA deshalb die Frage untersucht, welche positiven und negativen Wertschöpfungsbeiträge aus Sicht des Wirtschaftsraums Greater Zurich Area dadurch entstehen. Ebenfalls beantwortet werden sollte die Frage, welche weiteren volkswirtschaftlichen Wertbeiträge (d.h. über die direkt geschaffenen Arbeitsplätze und das damit verbundene Steuersubstrat hinaus) die in der Greater Zurich Area neu angesiedelten Unternehmen leisten.

Aus der Pendlerstatistik des Bundesamts für Statistik⁷ konnten wir folgende Erkenntnisse gewinnen:

1. Rund 20% der Schweizer Bevölkerung arbeitet ausserhalb ihres Wohnkantons.
2. Betrachtet man nur die Kantone der Greater Zurich Area, beträgt der Anteil der Zupendler von ausserhalb der Greater Zurich Area aber lediglich 15%.

Starker Zentrumseffekt
innerhalb der Greater
Zurich Area

Daraus ist ein klarer Zentrumseffekt innerhalb der Greater Zurich Area abzulesen, d.h. ein überdurchschnittlich hoher Anteil an Pendlerbewegungen aus dem Kanton A in den Kanton B (beide innerhalb der Greater Zurich Area) und umgekehrt.

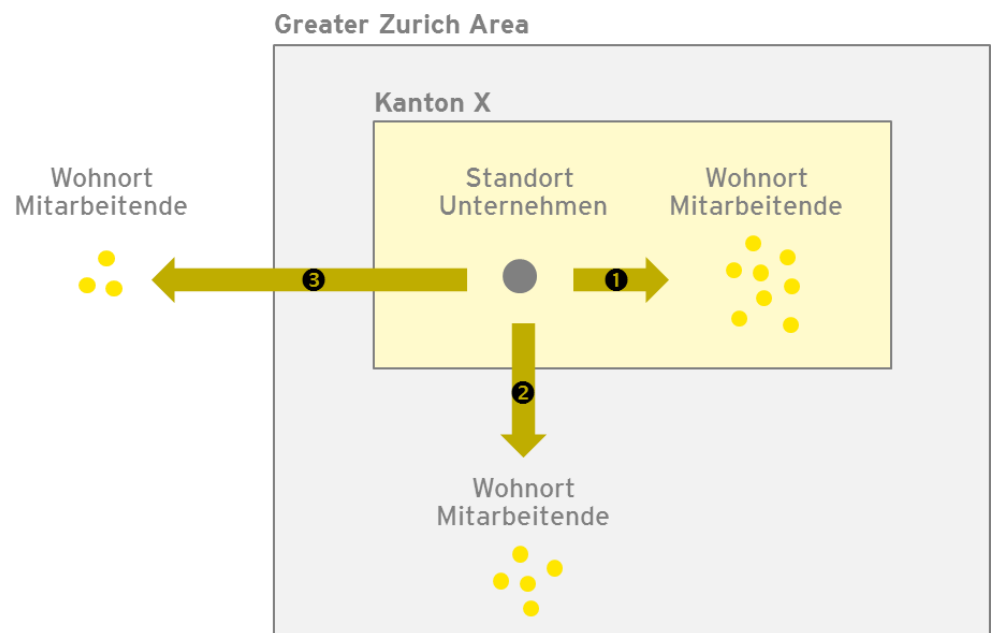
Mitarbeitende neu angesiedelter Unternehmen zeichnen sich gemäss erstmaliger Befragung per Ende 2017 mit 42% ausserkantonalen Zupendlern durch eine deutlich höhere Mobilität aus als der Schweizer Durchschnitt, was unsere Arbeitshypothese oben bestätigte.

Gemäss Einschätzung von EY gewinnt der Zentrumseffekt bei einer überdurchschnittlich internationalen bzw. international orientierten Belegschaft, wie das bei neu angesiedelten Unternehmen der Fall ist, zusätzlich an Bedeutung. Die Nähe etwa zu internationalen Schulen, kulturellen Angeboten, anderen Freizeitangeboten und Verkehrsknotenpunkten hat für diese Personen eine sehr hohe Relevanz.

⁷ Quelle: Bundesamt für Statistik, 2014 und 2016

Interkantonale
Wertschöpfung ausserhalb
Greater Zurich Area auf
12-17% geschätzt

EY schätzt deshalb bei neu angesiedelten Unternehmen die interkantonalen Pendlerbewegungen innerhalb der Greater Zurich Area auf 25-30% und diejenige ausserhalb auf 12-17%. Damit leisten die GZA und ihre Partnerkantone einen Wertschöpfungsbeitrag im entsprechenden Umfang an die Kantone ausserhalb der Greater Zurich Area.



- 1 - Intrakantonale Pendlerbewegung innerhalb des Standortkantons X des angesiedelten Unternehmens in der Greater Zurich Area (gemäss Unternehmensbefragung: 58% der Mitarbeitenden)
- 2 - Interkantonale Pendlerbewegung von ausserhalb des Standortkantons X des Unternehmens, aber von innerhalb der Greater Zurich Area (EY-Schätzung: 25-30% der Mitarbeitenden)
- 3 - Interkantonale Pendlerbewegung von ausserhalb des Standortkantons X des Unternehmens und von ausserhalb der Greater Zurich Area = negativer Spill-Over-Effekt aus Sicht der Greater Zurich Area (EY-Schätzung: 12-17% der Mitarbeitenden)

Abbildung 12 - Interkantonale Wertschöpfung durch Pendlerbewegungen

Für die in diesem Bericht gemachten Berechnungen zum Steuersubstrat und den entsprechenden Steuereinnahmen wurde unter Anwendung des Vorsichtsprinzips ein negativer Spill-Over Effekt in Kantone ausserhalb der Greater Zurich Area von 17% berücksichtigt, was am oberen Ende des geschätzten Bereichs liegt. Aus Vorsichtsgründen sowie aus mangelnder Datenverfügbarkeit wurden die positiven Effekte der interkantonalen Wertschöpfung beispielsweise durch indirekt geschaffenes Steuersubstrat im jeweiligen Ökosystem des Unternehmens nicht berücksichtigt.

6.2 Weitere volkswirtschaftliche Wertbeiträge

Unternehmen operieren in mehr oder weniger komplexen Ökosystemen mit Kunden, Zulieferern, Distributoren, Investoren und andern Partnern, um ihre Marktleistung effektiv erbringen zu können. Jedes neu gegründete, aber auch jedes neu angesiedelte Unternehmen hat damit einen potentiell wertschöpfenden Einfluss auf die andern Unternehmen im Ökosystem oder führt gar zur Schaffung neuer Unternehmen in demselben.

Die Art und Zusammensetzung des jeweiligen Ökosystems ist sehr individuell und hängt von Faktoren ab wie Branche, Technologie, Geschäftsmodell, Art des Produkts bzw. der Marktleistung, Internationalität und weiteren. Die von der GZA gemäss ihrer Strategie fokussierten Branchen und Technologien wie Präzisionstechnologien, Life Sciences, High-Tech oder Information and Communication Technology (ICT) bedingen oft Ökosysteme mit vielen Partnern und hoher Komplexität.

Ökosysteme führen zu signifikanter indirekter Wertschöpfung

Damit wird im Standortkanton des angesiedelten Unternehmens, in andern Kantonen der Greater Zurich Area und auch ausserhalb derselben indirekt weitere volkswirtschaftliche Substanz geschaffen, die sich aufgrund fehlender Datengrundlage nicht quantifizieren, allerdings für einzelne Ökosysteme qualitativ beschreiben lässt. EY schätzt, dass diese indirekte Wertschöpfung innerhalb des jeweiligen Ökosystems in vielen Fällen signifikant ist.

Als illustratives Beispiel können wir ein neu angesiedeltes Unternehmen im Bereich Crypto Currency / Blockchain mit Sitz im Kanton Zug nennen. Dieses Unternehmen arbeitet eng mit einem Finanzdienstleister im Kanton Schwyz zusammen und bezieht Rechenzentrums-Dienstleistungen aus einer Gemeinde im Kanton Zürich. Zudem betreibt das Unternehmen eine Entwicklungs-Kooperation mit der ETH in Zürich. Durch die ausserhalb des Sitzkantons Zug bezogenen Leistungen werden entsprechend weitere Arbeitsplätze innerhalb der Greater Zurich Area, aber in zwei andern Kantonen als dem Standortkanton geschaffen.

Ein anderes illustratives Beispiel ist ein neu angesiedeltes Unternehmen aus der Biotech-Branche mit Sitz im Kanton Schaffhausen. Durch die enge Partnerschaft mit einem andern Biotech-Unternehmen im Kanton Graubünden, sowie durch die Zulieferfirmen aus den Kantonen Zug und Zürich (Region Winterthur), werden Arbeitsplätze in weiteren Kantonen der Greater Zurich Area geschaffen.

Standortfrage des angesiedelten Unternehmens wird relativiert

Durch die Betrachtung der interkantonalen Wertschöpfung aufgrund der Pendlerbewegung und die indirekte Wertschöpfung im jeweiligen Ökosystem wird die Standortfrage des Unternehmens etwas relativiert.

7 Würdigung des Nutzens des Standortmarketings der GZA und Ausblick

Gemäss Strategie der GZA dient das Standortmarketing nicht primär dem quantitativen Wachstum der Greater Zurich Area, sondern unterstützt vielmehr den wirtschaftlichen Strukturwandel durch die nachhaltige Ansiedlung innovativer Unternehmen in der Region. Unternehmen mit innovativem Knowhow oder neuen Technologien fördern die Entwicklung von Ökosystemen mit Zulieferern, Partnern und Kunden, was aus Synergiegründen wiederum weitere Ansiedlungen von Unternehmen mit ähnlichem Produkt- oder Dienstleistungsfokus nach sich zieht. Die Erfahrung der letzten Jahre zeigt, dass auch die Ansiedlung von sogenannten „Landmark-Brands“ (z.B. Google, Huawei, Yuneec, Biogen etc.) dazu geführt hat, dass sich weitere ausländische Unternehmen für den Standort innerhalb der Greater Zurich Area entschieden haben. Durch Spin-offs oder Akquisitionen wurde und wird der wirtschaftliche Strukturwandel zudem weiter positiv verstärkt.

Der direkt messbare volkswirtschaftliche Nutzen des Standortmarketings bemisst sich an der Nachhaltigkeit generierter Arbeitsplätze und am erbrachten Steuersubstrat. 342 bzw. 92% der 369 im Zeitraum 2014-2017 angesiedelten Unternehmen waren per Ende 2017 in der Greater Zurich Area domiziliert und aktiv tätig. Diese 369 Unternehmen haben über 2'212 neue Arbeitsplätze geschaffen und in der Betrachtungsperiode für die öffentliche Hand direkt und über ihre Mitarbeitenden ein Steuersubstrat von rund CHF 55 Mio. generiert.

Über die neunjährige Periode 2009-2017 ist der Leistungsausweis noch eindrücklicher: Die insgesamt 835 angesiedelten Unternehmen haben 7'423 Arbeitsplätze geschaffen und Steuereinnahmen von rund CHF 356 Mio. generiert.

Erfolgreiche Arbeit der GZA von 2014-2017 sowie 2009-2017 belegt

Zusammen mit den in diesem Bericht dargelegten qualitativen Aspekten und den positiven indirekten volkswirtschaftlichen Effekten, konnte die erfolgreiche Arbeit der GZA und ihrer Partnerkantone beim Standortmarketing im Zeitraum 2014-2017 wie auch in der kombinierten Betrachtungsperiode 2009-2017 belegt werden.

Metropolitanregionen stehen untereinander im Wettbewerb

Im internationalen Standortwettbewerb stehen zunehmend Metropolitanregionen untereinander im Wettbewerb, d.h. aus dem Länderwettbewerb für Unternehmensansiedlungen und FDIs (z.B. Deutschland gegen die Schweiz) ist ein Wettbewerb der Metropolitanregionen (z.B. Region Stuttgart gegen Region München gegen Greater Zurich Area) geworden. Dieser Trend, gekoppelt mit den sowohl im Dreijahres- wie auch im Zehnjahresvergleich rückläufigen FDIs in der Schweiz, verlangt nach einer Schärfung der Argumente und Verstärkung der Mittel im Standortmarketing, um in diesem Umfeld bestehen zu können.

Verstärkter Fokus auf Technologiefelder

Nachhaltiges, auf qualitativen Strukturwandel ausgerichtetes Standortmarketing sollte auf diejenigen Technologie-Cluster fokussieren, die den grössten Multiplikatoreffekt in ihrem Ökosystem versprechen. Bei der von der GZA

gewählten Technologie- und Branchen-Fokussierung auf Biotechnologie, Medtech, High-Tech und Information & Communication Technology (ICT) lässt sich ein solcher Multiplikatoreffekt nachvollziehen. Zukünftig könnte der Technologiefokus anstelle des Branchenfokus noch stärker in den Vordergrund rücken, da Technologiekenntnisse bei Mitarbeitenden eine universellere und breitere Verwendbarkeit haben als reine Branchenkenntnisse und damit den Mitarbeitenden im Arbeitsmarkt wertvoller machen. Dadurch, dass die Greater Zurich Area gezielt auf die Ansiedlung von solch vielversprechender Technologiekompetenz setzt, wird der Standort bezüglich Innovationskraft und Wachstumspotential nachhaltig gestärkt.

Unsicherheit durch anstehende wirtschafts-politische Entscheide

Mehrere anstehende wirtschaftspolitische Entscheidungen von grosser Tragweite haben potentiell erheblichen Einfluss und prägende Wirkung auf die wichtigsten Standortfaktoren der Schweiz und damit auf die Voraussetzungen für einen zukünftigen nachhaltigen Ansiedlungserfolg in der Greater Zurich Area:

- Steuervorlage 17
- Konzernverantwortungsinitiative
- Regulierungsschub im Aktienrecht
- 99% Initiative zur Besteuerung von Kapitalgewinnen
- Verhältnis Schweiz - EU (Rahmenabkommen)

Entscheidungen, welche die steuerliche Attraktivität des Standortes stark mindern, regulatorische Anforderungen im Vergleich zu ausländischen Metropolitanregionen erhöhen und die Rahmenbedingungen zur Schaffung von Arbeitsplätzen verschlechtern, beeinträchtigen die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes und damit die Wettbewerbsfähigkeit in Bezug auf ausländische Direktinvestitionen und Neuansiedlungen in der Schweiz und somit auch in der Greater Zurich Area. Dies wird auch durch eine EY-Studie⁸ zu den ausländischen Direktinvestitionen in der Schweiz 2007-2017 bestätigt.

Proaktives Standortmarketing in Zukunft noch wichtiger

Die teilweise mehrjährigen Debatten und damit noch ausstehenden Entscheidungen zu diesen Vorlagen führen zu Unsicherheiten und zu deutlich höherem Erklärungsbedarf bei potentiellen ausländischen Investoren, wenn es um eine mögliche Standortwahl in der Greater Zurich Area geht. Insofern schätzen wir die Aufgabe der proaktiven und strategisch fokussierten Standortförderung durch die GZA in Zukunft als sehr wichtig ein, um den erhöhten Erklärungsbedarf zu befriedigen und weiterhin einen nachhaltigen Ansiedlungserfolg innerhalb der Greater Zurich Area sicherzustellen.

⁸ EY, 2018: Standort Schweiz 2018, Ausländische Direktinvestitionen 2007-2017. Im Jahr 2015 gab es 90 FDI-Projekte in der Schweiz, 2017 waren es noch 71 (-21%), während in Europa die Anzahl von 5'083 auf 6'651 stieg (+31%).

Autoren

Markus T. Schweizer
Partner
markus.schweizer@ch.ey.com
+41 58 286 47 16

Daniel Albicker
Senior Manager
daniel.albicker@ch.ey.com
+41 58 286 42 57

Ernst & Young AG
Maagplatz 1
8010 Zürich

Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist eine Marktführerin in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Wir fördern mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Dienstleistungen weltweit die Zuversicht und die Vertrauensbildung in die Finanzmärkte und die Volkswirtschaften. Für diese Herausforderung sind wir dank gut ausgebildeter Mitarbeitender, starker Teams sowie ausgezeichneter Services und Kundenbeziehungen bestens gerüstet. „Building a better working world“: Unser globales Versprechen ist es, gewinnbringend den Fortschritt voranzutreiben – für unsere Mitarbeitenden, unsere Kunden und die Gesellschaft.

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Kunden.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website: www.ey.com.

Die EY-Organisation ist in der Schweiz durch die Ernst & Young AG, Basel, an zehn Standorten sowie in Liechtenstein durch die Ernst & Young AG, Vaduz, vertreten. „EY“ und „wir“ beziehen sich auf die Ernst & Young AG, Basel, ein Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

© 2018 Ernst & Young AG

All Rights Reserved.

www.ey.com/ch